

## Περιεχόμενα

Κατάλογος πινάκων .....	vii
Κατάλογος διαγραμμάτων .....	viii

<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b> .....	ix
-----------------------	----

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

<b>1.1</b> Εισαγωγή .....	1
<b>1.2</b> Σκέψεις γύρω από το ζήτημα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης .....	6
<b>1.3</b> Ατζέντα 21 και τουρισμός .....	10
<b>1.4</b> Προβληματισμοί γύρω από τη σχέση αειφορίας και τουριστικών επιχειρήσεων .....	11

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

<b>2.1</b> Εισαγωγή .....	15
<b>2.2</b> Διφορούμενες προσεγγίσεις της αειφόρου ανάπτυξης .....	18
<b>2.3</b> Βασικές αρχές της αειφόρου ανάπτυξης .....	21
<b>2.3.1</b> Φέρουσα ικανότητα (carrying capacity) .....	21
<b>2.3.2</b> Βιοποικιλότητα (biodiversity) .....	26
<b>2.3.3</b> Διαγενεαλογική δικαιοσύνη ή αλληλεγγύη γενεών (intergenerational equity) .....	28
<b>2.3.4</b> Διαχωρική υπευθυνότητα (transfrontier responsibility) .....	29
<b>2.3.5</b> Συμμετοχή (participation) .....	31
<b>2.3.6</b> Κρίσιμο φυσικό κεφάλαιο (critical natural capital) .....	33
<b>2.3.7</b> Ολιστική προσέγγιση (holistic approach) .....	34
<b>2.3.8</b> Η αρχή της προληπτικότητας (precautionary principle) .....	34

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

<b>3.1</b> Εισαγωγή .....	37
<b>3.2</b> Επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον	40
<b>3.2.1</b> Οικονομικές επιδράσεις .....	40
<b>3.2.2</b> Κοινωνικές και πολιτισμικές επιδράσεις .....	41
<b>3.2.3</b> Περιβαλλοντικές επιδράσεις .....	42

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

<b>4.1</b> Εισαγωγή .....	45
<b>4.2</b> Τύποι τουριστών .....	45
<b>4.3</b> Ο «νέος τουρισμός» και ο «νέος τουρίστας» (new tourism – new tourist) ....	47

<b>4.4</b>	Μορφές του «νέου τουρισμού».....	50
<b>4.4.1</b>	Πράσινος τουρισμός (green tourism) .....	50
<b>4.4.2</b>	Υπεύθυνος ή ήπιος τουρισμός (responsible/soft tourism) .....	51
<b>4.4.3</b>	Εναλλακτικός τουρισμός (alternative tourism) .....	52
<b>4.4.4</b>	Αγροτουρισμός .....	59

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΕΙΦΟΡΟΣ–ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΕΝΝΟΙΑ–ΑΡΧΕΣ**

<b>5.1</b>	Εισαγωγή .....	61
<b>5.2</b>	Προσεγγίσεις σχετικές με τον αειφόρο–βιώσιμο τουρισμό .....	62
<b>5.3</b>	Έννοια και αρχές του αειφόρου–βιώσιμου τουρισμού .....	69
<b>5.3.1</b>	Προστασία φυσικού περιβάλλοντος (natural environment protection) .....	69
<b>5.3.2</b>	Προστασία του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (human-made environment protection) .....	71
<b>5.3.3</b>	Σεβασμός της τοπικής κοινωνίας (respect for local community) .....	72
<b>5.3.4</b>	Ιδιοκτησία και απασχόληση στα τοπικά μέσα τουριστικής παραγωγής (local ownership and employment in tourism production) .....	74
<b>5.3.5</b>	Προμήθεια και κατανάλωση τοπικά παραγόμενων προϊόντων (local products supply and consumption) .....	75
<b>5.3.6</b>	Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στη διαδικασία διαμόρφωσης του στρατηγικού σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης (participation in decision making for strategic tourism plan) .....	76
<b>5.3.7</b>	Βέλτιστη ικανοποίηση της τουριστικής εμπειρίας (optimum satisfaction of tourism experience) .....	78

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

<b>6.1</b>	Πρακτικές προσέγγισης .....	79
<b>6.2</b>	Διφορούμενες προσεγγίσεις στον αειφόρο τουρισμό .....	85
<b>6.3</b>	Αειφόρος τουρισμός και επιχειρηματικότητα .....	86
<b>6.4</b>	Μέγεθος επιχείρησης και επιδράσεις αειφορίας .....	91

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

<b>7.1</b>	Η σημασία της μικρομεσαίας τουριστικής επιχείρησης .....	93
<b>7.2</b>	Έννοια της μικρομεσαίας επιχείρησης .....	95
<b>7.3</b>	Χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και διάφορες προσεγγίσεις.....	96
<b>7.3.1</b>	Η οικονομική προσέγγιση .....	96

7.3.2	Ψυχοκοινωνική προσέγγιση	97
7.4	Ταξινόμηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων	98
7.4.1	Ταξινόμηση σύμφωνα με τους Goffee και Scase	98
7.4.2	Ταξινόμηση σύμφωνα με τον Hornaday	99
7.4.3	Ταξινόμηση σύμφωνα με τους Chell et al.	99
7.5	Η μικρομεσαία τουριστική επιχείρηση	100
7.6	Μικρομεσαία επιχείρηση και αιεφόρος τουρισμός	103
7.7	Η Θεωρία της αιτιατής δράσης (theory of reasoned action)	106

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ, ΑΙΕΦΟΡΙΚΗ ΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ: ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ

8.1	Η ερευνητική προσέγγιση	110
8.2	Η χρήση των δευτερογενών δεδομένων	112
8.3	Η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων	113
8.4	Ο σχεδιασμός του ερευνητικού εργαλείου	114
8.5	Το πεδίο έρευνας	117
8.6	Σκοπιμότητα επιλογής της περιοχής	119
8.7	Ο πληθυσμός έρευνας	121
8.8	Η πιλοτική δοκιμή	123
8.9	Το ποσοστό ανταπόκρισης	123

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ, ΑΙΕΦΟΡΙΚΗ ΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

9.1	Σχετικά με τα ευρήματα της έρευνας	127
9.2	Οι ερωτηθέντες	128
9.3	Χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων	131
9.4	Περιβαλλοντικές στάσεις και συμπεριφορά	133
9.4.1	Ο ρόλος της πληροφόρησης	134
9.4.2	Στάσεις σε σχέση με τον αιεφόρο τουρισμό	136
9.4.3	Αιεφόρες συμπεριφορές–πρακτικές	139
9.4.4	Διαχείριση επισκεπτών	142
9.4.5	Ταξινόμηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και χαρακτηριστικά αυτών	143
9.5	Παράγοντες επιρροής αιεφορίας	147

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ: ΑΙΕΦΟΡΙΚΗ ΣΤΑΣΗ, ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

10.1	Στάσεις και συμπεριφορές	149
10.2	Πιστοποιήσεις στον τουρισμό	155

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11. ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ (ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟΣ)**

<b>11.1</b>	Η διαχείριση του υπερτουρισμού .....	161
<b>11.2</b>	Αναγκαιότητα εφαρμογής της φέρουσας ικανότητας .....	163

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12. ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ**

<b>12.1</b>	Υπόδειγμα ερωτηματολογίου .....	167
<b>12.2</b>	Στατιστικά γραφήματα .....	179
<b>12.3</b>	Χάρτης περιοχής έρευνας .....	212

<b>Βιβλιογραφία</b> .....	215
---------------------------	-----